

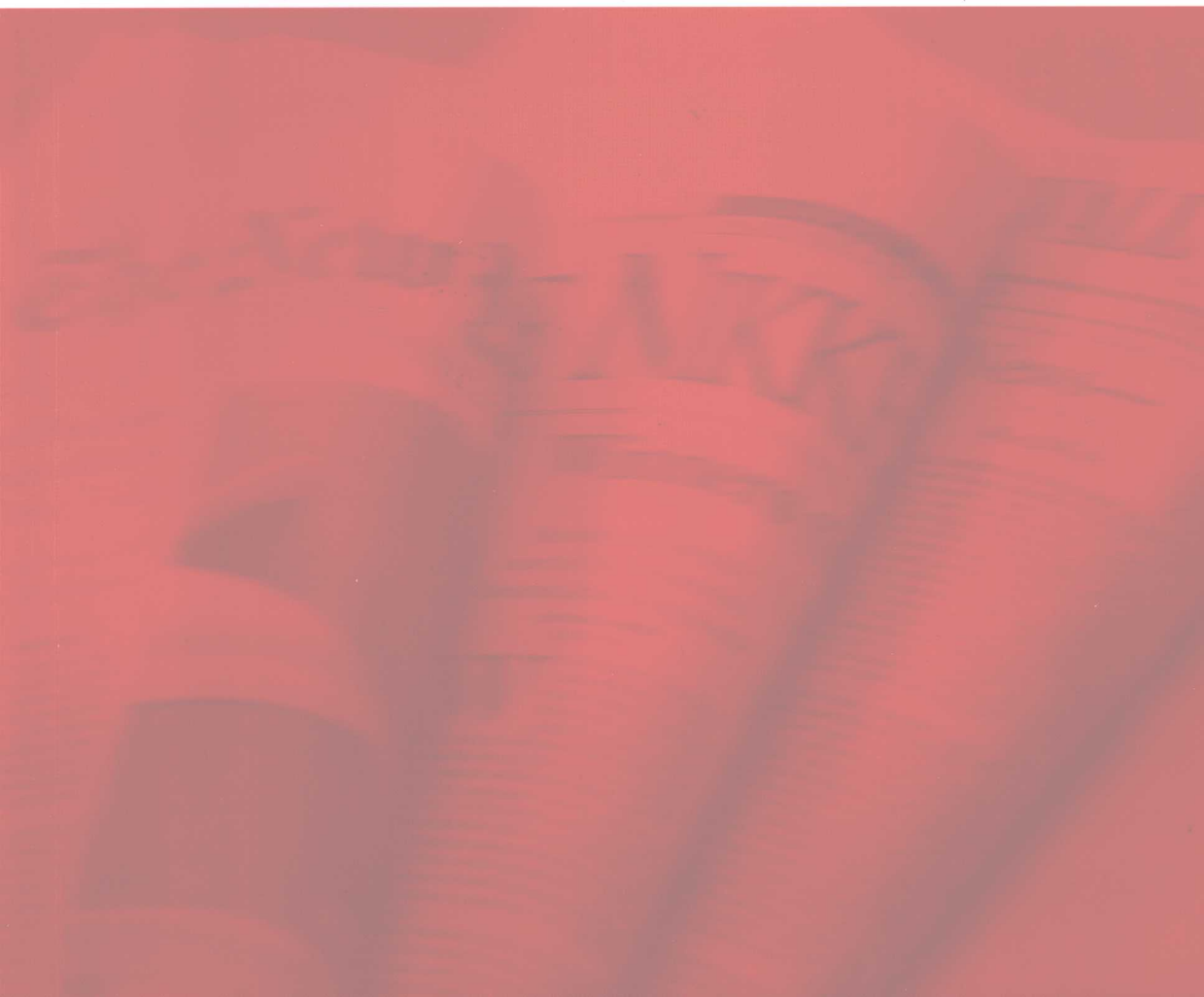
广东省出版集团 花城出版社

苏继赏著

朱又可编

主观 新闻

中国社会转型期的一种新闻实验



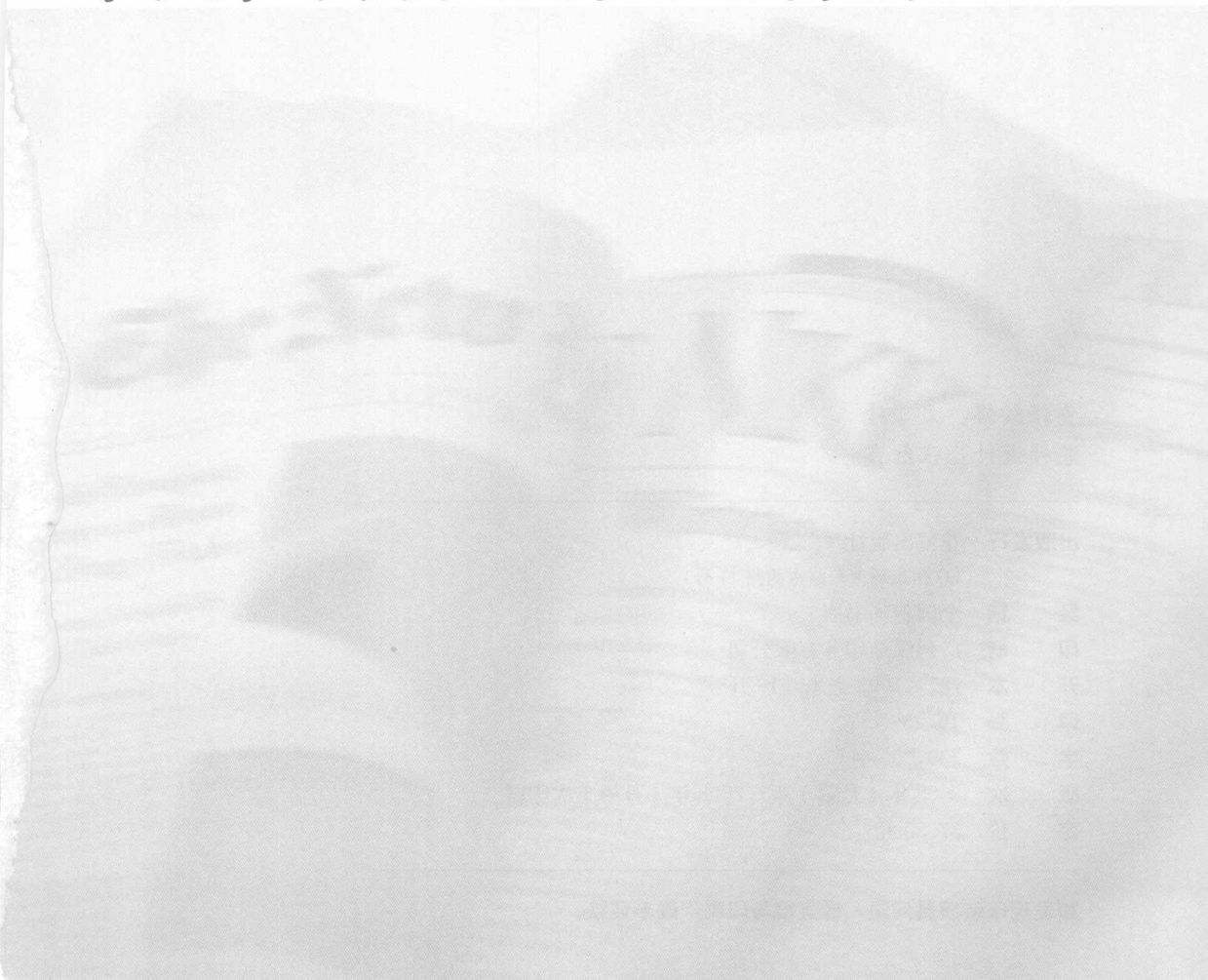
苏继赏出版集 花城出版社

苏继赏著

朱又可编

主观 新闻

中国社会转型期的一种新闻实验



图书在版编目 (CIP) 数据

主观新闻：中国社会转型期的一种新闻实验

苏继赏著；朱又可编.

—广州：花城出版社，2008.4

ISBN 978-7-5360-5300-7

I. 主... II. ①苏... ②朱... III. 新闻工作—改革—研究—中国
IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 029615 号

责任编辑：文 珍

装帧设计：张红霞

出版发行 花城出版社

(广州市环市东路水荫路 11 号)

经 销 全国新华书店

印 刷 广州汉鼎印务有限公司

开 本 787×1092 毫米 16 开

印 张 16.25

字 数 250,000 字

版 次 2008 年 4 月第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

定 价 37.50 元

如发现印装质量问题，请直接与印刷厂联系调换。

目 录

党报如何走进千家万户

——苏继赏答《中国报业》记者（代序） / 5

中国呼唤新的新闻学 / 15

历史转型与新闻改革 / 17

改革会议报道的呼声 / 31

媒体的重大改革 / 34

巴州党委、阿克苏地委支持报纸走向市场 / 36

清醒地认识自己 / 38

培育舆论监督的社会氛围 / 40

《新疆经济报》特刊今日进京 / 42

用商品形式表现党报的工具性 / 44

在《新疆经济报》北京发行座谈会上的发言 / 53

开辟新的新闻空间 走出同质化的怪圈 / 56

在新疆经济报系新闻与传播学院成立暨揭牌仪式上的讲话 / 68

考察北疆新闻中心时的讲话 / 71

城市文化是明星文化 / 76

写好新闻，全面推进报纸的业务改革 / 82

记录时代的多姿多彩 / 86

时代的强音: “我要调整自己” /	88
用优质新闻表现美好时代 /	91
办一张全国性的报纸 /	94
工人为何对一份典型材料不满意 /	98
论主观新闻	
——《朱又可新闻精品选》序 /	101
充分表现西部大开发之“新” /	104
总编辑按语 /	108
十周岁的《新疆经济报》 /	110
创新思路 /	112
六种新闻形式 /	114
展开对朱又可新闻作品的讨论 /	117
总编辑苏继赏做客新华网访谈实录 /	119

附录

喜见新闻报道创新光芒	
——读《新疆经济报》有感 徐绍昌 /	133
新闻要表现时代语境 孟驰北 /	143
四种报纸比较 陈力丹 /	146
有了特点就有生命力	
——对“记者感受”的粗浅认识 朱家生 /	149
《新时期经济类报纸的生存空间》读后 梅汝恺 /	152
“党报如何应对市场”理论研讨会发言 /	162

穆青等评《新疆经济报》 / 184

邵华泽发现新疆经济报系“三新” / 187

上海文化界新闻界名流这样评价《新疆经济报》 / 190

大手笔写大地震

——浅析《执政为民的光辉范例》通讯的写作特点 朱家生 / 205

文学与新闻：迎接第三次思想解放

——张抗抗、马丽华、毕淑敏、周涛、孟驰北与本报同仁座谈 / 210

记者的文字记述也是一种作品 耿庸 / 218

六种新闻形式是对记者思维的一次解放 傅兆龙 / 219

带根本意义的话题

——我看《新疆经济报》“六种新闻形式” 徐成森 / 223

有益的探索 王绵军 / 226

杂感：365期《新疆经济报》读后 梅汝恺 / 227

给徐绍昌先生的信 孟驰北 / 234

著名作家莫言称道“五好报纸” / 238

《新华日报》原社长金靖中点评“五个特色” / 240

观察和理解新疆的一扇窗口

——读《新疆经济报》两位记者的作品集 陈力丹 / 242

给新闻注入活力 周涛 / 244

时代呼唤“新闻速写” 朱家生 / 246

全国新闻界名家评点《新疆经济报》 朱又可 / 249

心灵中的题材 宝塔式的结构

——浅析“社会心态透视”的特色 朱家生 / 253

编后记 朱又可 / 256

党报如何走进千家万户

——苏继赏答《中国报业》记者

(代序)

记者：党报进入千家万户有没有可能性？

苏继赏：《新疆经济报》曾是机关报，也是党报，创办之初沿袭一整套党报采编和经营的方法。十多年的努力，十多年业务不断革新创造。我们想，其他事业都发展了，党报办报思想理念能够不变吗？于是乎开动了脑筋，经过十多年实践，改革创新，事实证明，党报完全可以进入千家万户，支撑点是必须自身进行改革。

记者：党报进入千家万户，切入点放在哪里？

苏继赏：党报进入千家万户，必须对党报存在的问题，进行认真的理性思考。思考的尺度就是时代需要和社会需要。如果不作这样一番思考，对自己没有清醒的认识，那么我们报纸改革就会停留在一般的号召上，不能化为实际行动。

记者：你们是怎么思考的？

苏继赏：党报是传达党的声音的，人民群众是乐于听党的声音的。从这个理论上讲，党报进入千家万户是不应该有什么阻碍的。但从发行遭遇的困难看，障碍是存在的，不能不承认这一点。经过我们认真思考，觉得有几个问题一定要有清醒的认识。

第一个问题是混淆了政治宣传和新闻的概念。把政治宣传误以为是新闻，而刊登新闻是报纸最根本的特点。如果过于强化了政治宣传，不通过新闻形式

去表达政治宣传，那么群众在报纸上感受不到有新闻的存在。这样和受众就拉开了距离。

第二个问题，把党政部门的实际工作和新闻混淆起来了。长期以来，在报纸指导性原则之下，我们常常把实际工作当作新闻报道，这在计划经济体制下的简单社会中，群众还可以勉强接受。在市场经济的复杂多元的社会生活中，一些行业、一些地区的实际工作对广大的受众来说就变成枯燥无味的东西，丝毫引不起受众的阅读兴趣。

第三个要思考的问题，长期以来，报纸上形成一种对上负责的观念，这个观念非常强，几乎在每一个版面，每一个稿件中都贯穿了，新闻采访和编辑都贯穿着这个强烈的观念，遇到稿件，先看符合不符合上面的意思，几乎不考虑受众的要求和需要。报纸，既是宣传工具，又是服务行业，理应把受众放在重要位置。但过去我们没有这个观念，常常是居高临下，向读者灌输，甚至向读者发号施令，在我们的言论中，经常运用一些“必须”、“应该”、“坚决”的字眼。从这些语汇上看来，报纸把自己放在一个和读者不平等的位置上，这当然就脱离了读者。许多时候，报纸工作人员，把报纸的言论和新闻当作指令性的文件看待。

第四个问题，是报纸的经营问题。和计划经济时代产品由国家包销一样，报纸也是依靠红头文件由机关包订。不管报纸内容如何，形式如何，不管报纸的质量如何，只要报纸印出来，都会分发出去，因此在发行上不存在什么困难。报纸工作人员不感受到发行的压力，更不懂得根据发行中的问题来校正自己的采编思想。这使得报纸工作人员长期处于自我欣赏，自我满足的封闭状态，报纸不能够与时俱进。

记者：既然这些问题是长期存在的，为何到现在你们才思考？

苏继赏：思考这一类问题是要有一个时代背景的。上面谈的这些问题，它是在计划经济体制之下产生的，它是计划经济体制下的时代产物。因此在那个时代不可能对这些问题提出质疑，甚至认为这是天经地义的，认为是党报必须遵循的原则。质疑这些问题，甚至会让人怀疑你的政治动机。

今天时代变化了，我们国家已由计划经济体制转向市场经济体制，历史的大背景变了，把上面的问题放在今天的时代背景上看，一下子就发现了它的落后性和不合时宜性。如果不去思考这些问题，报纸就会滞后于时代需要，就会

在市场上受到冷落，就不会受到受众的欢迎。

记者：看起来你们是率先思考到了这些问题。

苏继赏：应该说是这样，我们在十年前就思考这些问题了。但我们的许多报纸同行，迟迟没有思考这个问题，因为他们不敢对报纸的办报传统提出质疑。所以党报一直不能自觉进入千家万户，而是靠红头文件动员征订，我们当时在思考这些问题时也是冒着一定的风险的。我们曾经在编辑部内外都遇到了阻力，在我们的编委会上，有人提出来，怀疑这些传统要在政治上翻船的。有的新闻同行骂我们是“野报纸”，本报有一个编委一个办公室一个办公室地串门，一进门就喊，这是一张野报纸啊。我们的压力是够大的。那么我们能够坚持思考下去，首先应该感谢自治区党委和自治区人民政府主要领导同志的支持，感谢中央政治局委员、自治区党委书记王乐泉的支持，感谢自治区党委宣传部的支持。没有这些支持，我们的思考是不可能持续下去的，是会中断的。

按照时代的需要，我们对报纸的传统提出质疑，其目的是为了把党的声音传播到各族人民当中去，而不是削弱这种传播。是改善我们的传统，而不是完全取消我们的传统，是提高我们的传统，而不是背离我们的传统。正是基于这一个立足点，我们的思考才得到了党政领导和各族广大群众的支持。我们的思考才能持续下来，才能不断丰富，才能一步一步赶上时代的脉搏，一直到这次中央关于整顿报刊的文件下达以后，我们报纸出现了全新的面目，这是我们18年思考的结果，18年实践的结果，18年创新的结果。

记者：你为什么这样强调思考，而不谈你们的实际做法？

苏继赏：我这样强调在新时代报纸的思考问题，是因为报纸的改革是一个非常复杂的问题，在我们的新闻史上，确实有过因改革而政治翻船的教训。报纸的改革不同于一般的改革，一般的改革决策错了，可以改正，可以修改，但报纸改革的政治方向错了，会在群众中产生很大的负面影响，甚至会影响到社会安定，影响到党的声誉，不能轻易行动，鲁莽行事。因此要反复思考，要冷静地思考，要吃透党的方针政策，既要有前瞻性，又要考虑到现实的接受程度，对读者群既要考虑到普通读者的要求，又要考虑到党政干部的需要，在新疆这个多民族地区，还要考虑到多民族的承受、接受能力。一句话，既要思考新闻的现实，也要思考新闻的历史，既要 from 普通读者的角度思考，又要从党政机关干部的角度思考，既要把报纸作为商品思考，又要从报纸当成宣传工具思考，

没有这种多重、多方、多角度、多层面的思考，报纸的改革就容易出现問題，就容易夭折，甚至会发生翻船。因为我們是在冷靜的思考中采取改革措施的，这就减少了我們在改革中的过失和失误。因此我們认为机关报的改革，必须有冷靜思考这个前提。

记者：你們也在理論上思考嗎？

苏继赏：是这个样子，没有理論指导的实践是盲目的实践。如果没有在理論上有创新的思考，就不会有真正有时代意义的改革行动。我們中国的新闻理論，基本上是从前苏联移植过来的、符合计划经济要求的新闻理論，我們的党报基本上实行的就是这种理論。多少年来人們对这个理論没有怀疑过。怀疑是创新的前提，没有怀疑就没有创新。十多年前，我們对这个新问题就产生了怀疑。我們的根据是，前苏联的新闻理論是反映计划经济时代的要求，現在我們进入市场经济时代，显然前苏联的新闻理論已经反映不了时代的需要，完全沿袭前苏联的新闻理論不行，照搬西方的新闻模式也不行，那么我們必须建立自己的有中国特色的符合社会主义市场经济需要的新闻理論，这个理論建设在當前中国是一个重大問題。但在全國新闻理論刊物上，还很少有人涉及這個問題。

记者：你能不能从目前新闻媒体的现状谈谈建立这种新闻学的必要性？

苏继赏：你这个问题问得很好。对目前我們新闻媒体的现状必须要有一个新的认识。改革开放前，我們中国只有一种报纸，就是党报、机关报，单一的机关报也只能奉行单一的新闻理論，后来因为社会的需要，特别是城市市民的需要，出现了市民报纸，这个市民报纸是不同于机关报的，它的新闻理念、新闻运作方式，都是和机关报不相同的。現在在我們国家存在这种情况，一方面是不进入市场的党报和机关报，另一方面是要进入市场的非党报、非机关报，这两种报纸的存在，就需要不同的两种新闻理論来指导新闻实践。当然，既不能用市场报的理論来指导机关报，也不能用机关报的理論来指导市场报。在这种情况下，建立有中国特色的新闻理論更加有紧迫性。

记者：你觉得有中国特色的新闻理論有什么样的内容？

苏继赏：这是个很大的問題。光是新疆经济报18年的办报经历也回答不了这个问题，这要靠全國的市场化报纸和非市场化报纸共同探索、钻研，更需要新闻理論队伍的投入，特别盼望在新闻理論界能出现大师级的理論家。我个

人当然理论功底太浅，实践经验也比较浅薄，不能侈谈这样的大问题。

记者：你不必谦虚，我知道你们新疆经济报在建立新闻理论上有过思考，请你能否谈谈这方面的思考？

苏继赏：当然我们是思考过。因为我们在采取任何一个改革措施时，都要在理论上来检验它的正确性，这样就不能不接触到理论问题。理论是为实践服务的，那些不能够指导今天实践的理论，当然对我们就失去了约束力。

我们思考到了这样一些问题，一个是报纸的宣传工具问题。这个对机关报和非机关报是有区别的，不能一概而论。作为党报，首先是宣传工具，作为非党报，它的商品属性大于它的工具性。复旦大学王中先生在1957年提出报纸的两重性问题，他认为报纸既是宣传工具又是商品，当时被认为是政治上离经判道之言，被打成了右派。改革开放以后，历史证明他的观点是正确的，不仅是非机关报，就是机关报，也是具有两重属性的。它既是工具，又是商品。我们过去的理论，讲工具性的多，讲商品性的很少，即使改革开放以后人们不再把报纸的二重属性当作离经判道之言，而对报纸的商品属性也很少有人会在理论上加以探讨。我们新疆经济报作为一张党报，不仅要承认报纸的二重属性，而且还要把工具性和商品性的位序都要颠倒过来。应该把商品性放在工具性的前面。在今天市场经济条件之下，一切要在市场上出售的产品首先都应该是商品。党报不管是机关订阅还是到市场上零售，它首先是商品。根据我们的体验，报纸只有把它的商品性放在第一位来考虑的时候，才有可能办活、办新鲜、办得有声有色。但是报纸这种商品，又不同于其他商品，特别是党报，这种商品有一种大的特性，就是它的工具性，它要宣传党的方针、政策、路线和各项政治主张。但在考虑工具性的时候，必然是在商品性这个前提之下来考虑，而绝对不是颠倒的，是在工具性之后考虑它的商品性。作为商品来考虑工具性的时候，工具性就不是独立于商品性之外，更不是驾驭于商品性之上，它是包涵在商品性之中，它是以商品形式来表现出来的。

记者：你这个观点很新鲜，这个应该是新闻哲学。

苏继赏：你这样说我不敢当，但对我们来说确确实实是个实际问题。用商品形式表现工具性特点，这是一个时代的新要求，机关报在今天的形势下能否走入千家万户，就看你在这个问题上是否迈出步子，走出多远。当工具性放在商品性之上考虑报纸问题，那么你就自觉不自觉地搬用过去的传统经验，就用

老腔老调对读者说教，你就不会去创新。现在有些党报之所以进不到市场，就是被这个旧的传统遮住了眼睛，捆住了手脚。反过来，如果把商品性放在工具性的前面，用商品形式去表现工具性，传统就无法给我们提供现成经验和做法，我们就必须创新。比如说，报纸作为工具对精神文明的宣传是极其重要的内容，对精神文明的宣传有两种，当把工具性放在商品性之上来宣传这个主题时，按传统的做法，就是写长篇大论的典型人物和典型事例，而这个典型表现出来的又都是这个精神那个精神，这个传统从20世纪沿用到21世纪，陈旧得已经使读者不屑一顾了，但由于报纸认为自己是工具，就不得不一次再次地重复。说得不好听一些，这是我们报人在政治宣传上做无用功，它的社会效果是很差的。这完全是为了表现工具性而不得不一而再再而三地去重复。当我们把商品性放在工具性上面，用商品形式去表现工具性的时候，那么我们在精神文明的宣传上首先考虑的是如何适应读者的需要，如何使得我们刊发的新闻报道引发起读者的兴趣，只有引起读者的阅读兴趣，才能引起读者的精神共鸣。所以《新疆经济报》就把传统的精神文明报道改掉了，我们在考虑报道时，首先不是想到传统的做法，而是读者的需要。这在理论上几句话就能说清楚，但到实践中却很难，策划这样的主题，选择这样的题材，都需要动用理性思维，甚至要动用智慧，这方面每一个成功的报道，都是智慧火花的辐射。比如记者朱又可到独山子石化采访就是写精神文明的，但他写出来的报道题目叫《大工业：与文艺共舞》，完全脱去了传统精神文明报道的束缚，写3000名青年工人90%都是大学毕业生，人手订一份文学杂志，在文学社的活动中，作家坐在主席台上，而领导坐在台下，写这个现代化的石化企业中的职工们崇拜名人，但不崇拜官。报道整个表现的是现代工业文明中的民主观念、科学风尚和先进管理文化，表现的是我国由农业文明向现代工业文明转型的语境中的崭新的文化，这种报道发表以后，就在社会引起了反响，这个反响不是别的，就是精神文明报道的效果。从理论上讲，它就是用商品形式表现精神文明的，也就是用商品形式表现工具性的。诸如此类的报道在新疆经济报上是很多很多的。当然新疆经济报常常处在孤军奋斗的情况，它受其他新闻同行的影响，还不时出现老腔老调的文章，有时上级部门也转来这种稿子，也给我们在处理上造成困难。但总的来说，我们总是排除种种干扰，坚持用商品形式体现工具性。

记者：我觉得你这个论点对新闻媒体是有启发的，它确实抓住了目前党报

不能进入市场的一个症结。

苏继赏：我想向你谈的第二个问题，是政治宣传和新闻的区别问题，这个问题是和前一个问题紧密相连的。当你用商品形式表现工具性的时候，也就不能不想到用商品形式去表现政治宣传。报纸就是传播新闻的，报纸的英文 Newspaper 直译就是“新闻纸”，“新闻”是报纸最本质的特征。当我们把工具性放在商品性之上时，很容易就用政治宣传掩盖了新闻，甚至是用政治宣传代替了新闻，从理论上混淆到版面上的混淆，就使得党报和受众产生了距离。政治宣传和新闻的最大区别就在于，政治宣传需要一而再再而三的重复，重复性是政治宣传的特点。而新闻强调的是它的一次性和独创性，任何形式的重复都不是新闻。因为党报过去没有划清宣传和新闻的界限，主题重复、题材重复、事实重复、过程重复的现象一再地发生，有时从一版到四版满眼都是重复性的东西，重复宣传就没有新闻生命，会受到读者的拒绝。当我们在思考用商品形式表现工具性的时候，就不能不考虑到如何淡化报纸的政治宣传，这个淡化政治宣传，不仅在于克服它的重复性，而且还在于克服它的相通性。因为政治宣传的主题是党中央制定好了的，全国各家媒体宣传着同一个主题，因此媒体与媒体之间就产生了相通性，看了河南的报纸不必再看河北的，看了山西的报纸就不想再看山东的报纸。政治宣传的重复性、相通性就大大降低了报纸的可读性。重复性是一种同，相通性也是一种同。我们一向强调，同不是新闻，异才是新闻。政治上我们要“求同去异”。新闻上则要“求异去同”。党报因为有了许多的同，就大大减弱了它的新闻性，报纸就缺失了生命。但不仅党报需要政治宣传，非党报、各种市场报也需要政治宣传，它也不能完全排斥政治宣传，政治宣传多了读者不太喜欢，报纸没有政治宣传不合党的要求，这就形成了一个矛盾。党报的改革就必须解决这个矛盾。

上面我们提到解决工具性和商品性最终正确的办法，就是用商品形式去表现它的工具性，解决政治宣传和新闻之间矛盾的正确方法，应该用新闻去表现政治宣传，把政治宣传巧妙地化解为新闻。十多年来，我们《新疆经济报》一直提要淡化政治宣传，但丝毫没有引起党政部门对我们的指责，就因为我们的淡化不是取消，我们是用新闻去代替政治宣传，以“润物细无声”的方式进行宣传，在客观上我们是强化了政治宣传，而不是削弱了政治宣传。强化新闻性，淡化宣传性，用新闻性去表现政治宣传，这是我们报纸改革的一条重要经

验，这是我们报纸能走进千家万户的一个成功的做法。

记者：你们把政治宣传转化为新闻，的确很新鲜，但这个转化恐怕不会轻松的。

苏继赏：是这个道理。这个转化是有很大难度的，这个转化是一种艰苦的思想劳动，对报纸工作来说就是一种创新。你两次向我提问都提到了有没有困难，用商品形式去表现工具性，这个转化是第一难，把政治宣传转化为新闻，是第二难。根据《新疆经济报》的经验，报纸要想进入市场，必须面对这两大难题，必须要找出解决这两大难题的办法，除此之外别无他途，这就需要思想，需要智慧，更需要勇气。多少年来，我们党报都是沿袭传统，几乎不动用思维，它是知难而退，回避困难，不敢正视困难，记者是这样，编辑是这样，报社领导也是这样。《新疆经济报》在这十八年中，一次又一次地引导编辑记者去克服这两个转化工作的困难。我回忆了一下我们报纸走过的历程，我们无时无刻不在为消化这个转化工作过程当中的困难而在苦苦地思索。

记者：你们这种转化有没有党委不满意的时候？

苏继赏：从总的来看，党委都是满意的，宣传部也是满意的。因为我们的转化都是加重政治宣传分量而不是削弱政治宣传分量。我们在版面上造成的气氛，比别的新闻同行要浓厚，因为这一点我们是非常清楚的，报纸如果在解决这两个转化中削弱了政治色彩，报纸的改革就很容易中途夭折。

记者：你思考的还恐怕不止这两个方面吧？

苏继赏：是这样，还有一个，是关于报纸的指导性问题。报纸的指导性原则的产生是有它的历史背景的。在革命战争年代，党处在分散状态，东一块西一块，党掌握的通讯工具又少，因此党主要是靠报纸来传达党的声音、指导群众工作，再者根据地的社会比较简单，社会门类不多，就是农业和一些初级的工商业，通过报纸的确能够完成指导工作。在计划经济时代强调集中统一，报纸作为工具，也必须体现这个指导性。现在市场经济条件下环境变化了，党掌握着多种多样的通讯宣传工具，报纸只是许多工具当中的一种，党可以通过多种渠道多种手段传达党的声音。现代社会极其复杂，社会门类千千万万，指导了这个指导不了那个，就是在同一个行业，也各具特色，现在仅靠报纸指导工作已经是不可能的事情了。因此在今天条件之下，报纸必须发挥它传播信息的功能，而不是过去指导工作的功能。这个问题理论界迄今没有注意到。正是这

个指导性原则，阻碍了报纸和受众的接近。

记者：如何理解你刚才讲的这句话？

苏继赏：因为这个指导性原则，就给新闻界产生了一个误区，把党和政府部门实际工作当成了新闻，把工作总结和新闻等同起来，长篇大论地报道党和政府部门实际工作的过程。新闻上的这一个误区也被社会上认同了，特别是被党政领导机关认同了，党政领导也把实际工作当成新闻了，记者到这些部门来采访，给记者谈的都是实际工作。直到今天，有些媒体还在这个误区里徘徊。就是我们《新疆经济报》，至今还有些记者陷身在这个误区里脱不出来。因此，要想党报进入市场，必须从这个误区里走出来，我们的口号是，实际工作中有新闻，但实际工作不等于新闻。这个转变也是很困难的，光有编辑部的转变，没有社会上的转变，报纸的转变就很难彻底。有一次我到个县上去采访，这个县委书记就摊开他的工作总结给我读，我一再地打断他，请他谈一下县上新的情况，他总是谈不出来，他老是抱着工作总结读，我就对他不客气地说，我的时间很有限，你们这些现成材料让我带回去看，我倒想听听你们县上新的情况，他有点茫然了，他问：那你到底要我谈什么呢？我和他都处在尴尬地位，他看我，我看他，都冷场了。因为这个县是牧区，后来我就向他提出一个问题，现在县上干部下去，牧民宰不宰羊了？他的神色一下活跃起来，说：现在牧民宰羊不像从前白让你吃，而都知道问你要钱了。记者找到了新闻话题。我又问：过去县领导一年在牧区白吃多少只羊？他说：十几二十只羊。我说现在呢？他说，就是三四只。我回去就写了个县领导干部吃羊的新闻，这个县委书记没有想到我把这个写成新闻，他大为恼火，就在那一年，这个县上没有订《新疆经济报》，但从我来讲，我确实抓到了新闻。

记者：走出这个误区恐怕很不容易。

苏继赏：的确很难。我们的办法就是总编辑带头，我一年总要下到南北疆农村牧区去写上四五十篇稿子，我用我的稿件告诉编辑部什么是新闻，同时编辑部也有很优秀的记者，当他们写出很好的作品时，我就充分地肯定。一句话，我是要给他们作出榜样，用具体的榜样引导他们走出误区。在这一点，我们新疆经济报的采编队伍已基本上达成共识。

记者：我在北京就听说你们在新闻业务上迈的步子很大，听到你们非常强调意义新闻，请你能否在这个问题上谈点看法。

苏继赏：长期以来，人们只强调新闻报道的客观性，反对新闻里含有主观成分，这就造成了我们新闻内容的一种浅薄。任何具体事物，都有它的感性存在形式和它的意义内涵，只有表露了这两个方面，这才表现了完整的事物，仅仅涉及到事物的感性层面，不进入到事物的意义层面，这只是表现了事物的一半，这是很不完整的表达。事物的感性层面可以纯客观，而事物的意义，则是靠记者的理性来捕捉。事物的感性形式只有一种，而事物的意义就有许许多多层面，记者的思想触角能达到哪一个层面，这和他的理性能力是密切相关的，因此在寻找事物的意义时，就不可能没有记者的主观性。